

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tanaman Cabai

Menurut Rukmana (2001) Tanaman cabai dalam sistematika (Taksonomi) tumbuhan diklasifikasikan sebagai berikut :

Kingdom : Plantae

Divisi : Spermatophyta

Subdivisi : Angiospermae

Kelas : Dicotyledonae

Ordo : Tubiflorae

Famili : Solanaceae

Genus : Capsicum

Species : *Capsicum annuum* dan lain-lain

Terdapat beberapa jenis cabai yang umumnya dibudidayakan :

a. Cabai merah

Cabai merah merupakan jenis yang dapat dikatakan sebagai primadona cabai. Cabai merah dapat tumbuh subur di dataran rendah sampai dataran tinggi. Cabai merah di Indonesia dibagi menjadi dua kelompok yaitu cabai merah besar dan cabai merah keriting. Permukaan buah cabai merah besar halus dengan panjang 10 cm serta diameter 0.5 sampai 1 cm. Sedangkan cabai

merah keriting bentuknya lebih ramping dengan panjang 8 sampai 12 cm dengan diameter 1 sampai 1.5 cm (Nurfalach, 2010).

b. Cabai rawit

Cabai rawit memiliki nama latin *Capsicum frutescens* L. Tanaman cabai rawit tergolong tanaman semusim atau tanaman berumur pendek yang tumbuh sebagai perdu atau semak. Batang tanaman cabai rawit memiliki struktur yang keras dan berkayu, berwarna hijau gelap, berbentuk bulat, halus, dan bercabang banyak. Bunga tumbuh menunduk pada ketiak daun, dengan mahkota berwarna putih (Palar, 2016). Cabai rawit merupakan jenis cabai yang memiliki rasa yang sangat pedas dibandingkan dengan jenis lainnya. Cabai ini mengandung kadar minyak atsiri yang tinggi. Bentuk buah cabai rawit pada umumnya memiliki panjang 1 sampai 2 cm dengan diameter 0.5 sampai 1 cm (Setiadi, 2008).

c. Cabai hibrida

Cabai ini diperoleh dari persilangan benih-benih bibit yang diseleksi dengan metode pemuliaan yang modern. Salah satu jenis cabai hibrida yang cukup dikenal adalah paprika. Paprika (*Capsicum annuum var-grossum*) merupakan salah satu komoditi sayuran yang dimanfaatkan buahnya. Jenis cabai ini terlihat seperti buah apel merah yang kecil atau menyerupai buah tomat yang lonjong. Panjang buahnya berkisar antara 2 hingga 5 cm. Rasanya tidak pedas dan cenderung manis. Kulit dan daging buahnya tebal, bijinya sangat sedikit. Kulit buahnya berwarna hijau saat masih muda, setelah tua

akan menjadi merah muda dan ketika buahnya masak akan berwarna merah tua (Stella dan Demmassabu, 2011).

d. Cabai hias

Cabai hias merupakan jenis tanaman cabai yang kebanyakan dimanfaatkan sebagai tanaman hias yang ditanam di pot. Sebagian merupakan tanaman penghias halaman atau ruang depan. Cabai hias ini memiliki berbagai jenis antara lain cabai kapur, cabai polong, cabai jepang, dan cabai payung. Bentuk cabai hias bervariasi yaitu menyerupai cabai rawit, bulat seperti kelereng dan ada yang memiliki bentuk pipih (Dermawan, 2010).

2.1.2. Cabai Merah Keriting

Cabai merah keriting merupakan tanaman semusim dan berbentuk perdu dengan ketinggian antara 70 – 110 cm. Cabai merah keriting memiliki batang tegak berwarna hijau tua dan berkayu serta daun berbentuk lonjong yang panjangnya 8 – 12 cm (Nurfalach, 2010). Buahnya berwarna merah cerah, dan rasanya pedas. Daging buahnya berupa keping-keping tidak berair. Masyarakat Indonesia memanfaatkan cabai merah sebagai bumbu masakan. Oleh sebab itu cabai menjadi salah satu produk penting sebagai pelengkap maupun pendamping makanan. (Samadi, 2007).

Pada umumnya cabai merah keriting dapat ditanam pada dataran rendah sampai ketinggian 2000 meter diatas permukaan laut. Suhu perkecambahan benih paling baik antara 25-30 °C sedangkan untuk pertumbuhan adalah 24-28 °C. Tanaman cabai merah keriting membutuhkan intensitas cahaya matahari selama 10 sampai 12 jam untuk melakukan fotosintesis, pembentukan bunga dan buah, serta

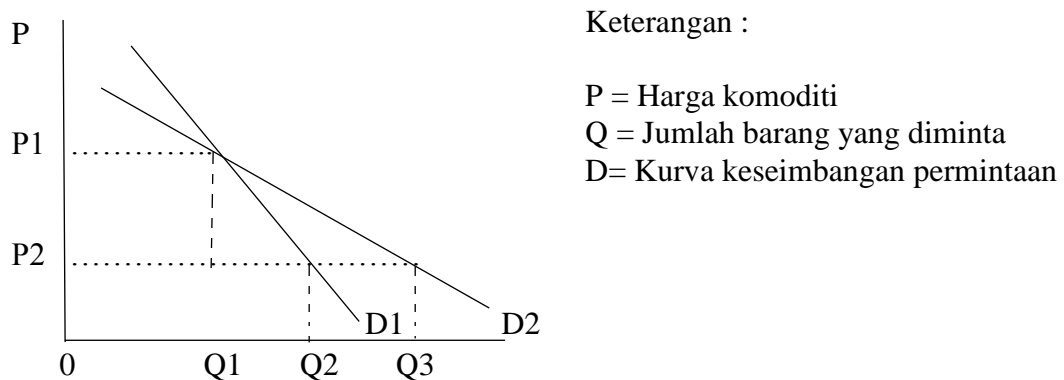
pemasakan buah. Derajat keasaman tanah (pH) yang ideal untuk tanaman cabai adalah 6-7 (Rukmana, 2001). Cabai merah keriting mengandung zat-zat gizi yang sangat diperlukan untuk kesehatan manusia. Cabai merah keriting mengandung protein, lemak, karbohidrat, kalsium (Ca), fosfor (P), besi (Fe), vitamin-vitamin, dan mengandung senyawa-senyawa alkaloid seperti capsianin, *flavenoid*, dan minyak esensial. Rasa pedas pada cabai yang ditimbulkan oleh zat capsaicin bermanfaat untuk mengatur peredaran darah; memperkuat jantung, nadi, dan saraf; mencegah flu dan demam; serta mengurangi nyeri encok dan rematik (Prajnanta, 2006).

2.2. Teori Permintaan

Teori permintaan menerangkan tentang sifat permintaan konsumen terhadap suatu barang yang disukai. Permintaan menerangkan tentang hubungan antara harga dengan jumlah barang yang diminta. Permintaan baru mempunyai arti apabila didukung oleh daya beli pada permintaan barang tersebut sehingga dapat dikatakan permintaan efektif (*effective demand*). Sedangkan permintaan yang hanya didasarkan atas kebutuhan saja disebut sebagai permintaan *absolute*/potensial (*absolute/potential demand*) (Sugiarto *et al*, 2007). Hukum permintaan menyatakan jika harga suatu barang naik, maka jumlah barang yang diminta akan menurun, sebaliknya jika harga suatu barang turun maka jumlah barang yang diminta akan meningkat. Hukum permintaan tersebut akan berlaku dengan asumsi faktor-faktor lain di luar harga harus dianggap konstan (*ceteris paribus*) (Sumarsono, 2007).

Fungsi permintaan adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang diminta dan semua faktor – faktor yang mempengaruhinya. Menurut Pracoyo (2006) secara matematis fungsi permintaan ditunjukkan melalui persamaan sebagai berikut :

$$Q_d = f(\text{harga, pendapatan, selera, harapan-harapan, ...})$$



Ilustrasi 1. Kurva Permintaan

Kurva permintaan adalah kurva yang menunjukkan sifat hubungan antara harga sesuatu barang tertentu pada berbagai tingkat harga, *ceteris paribus*. Kemiringan dari suatu kurva permintaan menggambarkan besarnya perubahan jumlah barang yang diminta sebagai akibat dari perubahan harga. Semakin landai suatu kurva permintaan maka semakin besar perubahan jumlah barang yang diminta jika harga naik atau turun (Pracoyo, 2006). Berdasarkan Ilustrasi 1. dapat dijelaskan bahwa turunya harga dari P1 ke P2 memiliki pengaruh yang tidak sama terhadap jumlah barang yang diminta untuk kurva permintaan D1 dan D2. Kurva D1 menunjukkan garis yang lebih curam dan dapat dijelaskan bahwa jumlah barang yang diminta bertambah sebanyak Q1Q2, sedangkan untuk kurva permintaan yang lebih landai yaitu D2 bertambah sebanyak Q1Q3. Jadi dapat disimpulkan bahwa

semakin landai kurva permintaan maka akan semakin besar respon permintaan terhadap perubahan harga (Dewi, 2009) Hukum permintaan menyatakan, ” Jika harga suatu barang naik, maka jumlah barang yang diminta akan barang tersebut turun dan jika harga suatu barang turun maka jumlah barang yang diminta tersebut naik *centris paribus*. Hukum permintaan tersebut menerangkan hubungan antara jumlah yang diminta akan suatu barang dengan harga barang tersebut (Sukirno, 2003)..

2.3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Permintaan tidak selalu tetap namun bisa mengalami kenaikan dan penurunan. Permintaan perorangan atau masyarakat terhadap suatu barang ditentukan oleh beberapa faktor (Sumarsono, 2007). Faktor – faktor tersebut diantaranya harga barang itu sendiri, harga barang lain yang mempunyai substitusi dan komplementer terhadap barang tersebut, pendapatan perorangan atau rumah tangga, jumlah tanggungan keluarga dan selera (Sugiarto *et al*, 2007).

2.3.1. Harga barang itu sendiri

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan permintaan suatu produk (Pracoyo, 2006). Naik turunnya harga barang/jasa akan mempengaruhi banyak/sedikitnya terhadap jumlah barang yang diminta. Kuantitas akan menurun ketika harganya meningkat dan kuantitas yang diminta meningkat ketika harganya menurun, dapat dikatakan kuantitas yang diminta berhubungan negatif (*negatively related*) dengan harga (Dewi, 2009).

Sesuai dengan hukum permintaan hubungan antara harga barang dan jumlah barang yang diminta adalah negatif. Bila harga naik maka permintaan turun dan sebaliknya bila harga turun permintaan akan naik dengan asumsi *ceteris paribus*. Hubungan perubahan harga terhadap permintaan mempunyai arah yang berkebalikan (Pracoyo, 2006). Harga barang yang lebih murah akan menarik minat masyarakat untuk membeli barang tersebut dibandingkan membeli barang sejenisnya dengan harga yang lebih tinggi (Sukirno, 2001).

2.3.2. Harga barang lain

Permintaan konsumen dapat dipengaruhi oleh harga, harga barang yang akan dibeli, harga barang pengganti (*price of substitution product*) maupun harga pelengkap (*price of complementary product*) (Sumarsono, 2007). Konsumen akan membatasi pembelian jumlah barang yang diinginkan apabila harga barang terlalu tinggi, bahkan ada kemungkinan konsumen memindahkan konsumsi dan pembeliannya kepada barang pengganti (barang substitusi) yang lebih murah harganya. Harga barang pelengkap juga akan mempengaruhi keputusan seorang konsumen untuk membeli atau tidak barang utamanya (Rahardja dan Manurung, 2001).

Harga barang substitusi dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Apabila harga salah satu barang mengalami peningkatan maka mengakibatkan permintaan terhadap barang yang lain juga akan meningkat (elastisitas silangnya positif) (Dewi, 2009). Barang pelengkap (komplementer) adalah barang yang selalu digunakan bersama-sama dengan barang lainnya. Oleh

karena itu, kenaikan atau penurunan permintaan atas barang pelengkap selalu sejalan dengan perubahan permintaan barang yang dilengkapinya. Apabila harga salah satu barang naik maka akan mengakibatkan turunnya permintaan terhadap barang yang lain (elastisitas silang bertanda negatif) (Sumarsono, 2007).

2.3.3. Pendapatan

Pendapatan masyarakat mencerminkan daya beli masyarakat. Tinggi atau rendahnya pendapatan masyarakat akan mempengaruhi kualitas maupun kuantitas permintaan (Pracoyo, 2006). Pendapatan yang lebih rendah berarti bahwa secara total hanya ada uang yang sedikit untuk dibelanjakan, sehingga masyarakat akan membelanjakan lebih sedikit uang untuk beberapa dan mungkin pula terhadap sebagian besar barang. Jika permintaan terhadap sebuah barang berkurang ketika pendapatan berkurang, barang tersebut dinamakan barang normal (Nugroho, 2003).

Pendapatan masyarakat mencerminkan daya beli masyarakat. Besarnya pendapatan masyarakat akan mempengaruhi kualitas maupun kuantitas permintaan. Hubungan antara pendapatan dengan jumlah barang yang diminta adalah positif. Bila pendapatan seseorang/masyarakat meningkat maka akan meningkatkan permintaan terhadap suatu barang (Dewi, 2009). Rumah tangga yang memiliki pendapatan lebih tinggi sanggup membeli lebih banyak barang. Pendapatan rumah tangga merupakan jumlah semua upah, gaji, dan bentuk penghasilan (Nugroho, 2003).

2.3.4. Jumlah anggota keluarga

Secara tidak langsung pertambahan penduduk diikuti dengan perkembangan dalam kesempatan kerja sehingga akan meningkatkan daya beli dan permintaan (Sumarsono, 2007). Pada lingkup rumah tangga, jumlah anggota keluarga yang dependen terhadap penerima penghasilan menentukan sedikitnya permintaan rumah tangga tersebut, misalnya anak yang belum bekerja (Suparmoko, 1990).

Jumlah anggota keluarga mempengaruhi permintaan suatu barang. Apabila jumlah anggota keluarga cukup besar maka jumlah konsumsi juga semakin besar (Sumarsono, 2007). Hal ini berkaitan dengan usaha untuk memenuhi kecukupan kebutuhan setiap individu yang ada di suatu tempat (Rahardja dan Manurung, 2001).

2.3.5. Selera

Selera mempunyai pengaruh terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang. Apabila terjadi perubahan selera masyarakat maka akan terjadi dampak terhadap permintaan suatu komoditas (Suparmoko, 1990). Bila selera konsumen terhadap suatu komoditas meningkat maka permintaan komoditas tersebut akan meningkat demikian pula bila selera konsumen berkurang maka permintaan akan komoditas tersebut menurun (Rahardja dan Manurung, 2001).

Selera setiap individu berbeda-beda dan bersifat subjektif karena selera konsumen bergantung pada penilaian terhadap barang tersebut (Palar,

2016) menyatakan bahwa selera berpengaruh besar terhadap keinginan orang untuk membeli. Adanya keragaman selera pada konsumen dapat mempengaruhi peningkatan ataupun penurunan permintaan (Lipsey *et al.* 1995).

2.4. Elastisitas Permintaan

Elastisitas menggambarkan reaksi kepekaan konsumen yang disebabkan faktor tertentu yang mempengaruhi produsen untuk menawarkan barang dan jasanya. Elastisitas adalah persentase perubahan variabel bebas dibandingkan persentase perubahan variabel tidak bebas (Pracoyo, 2006). Bilangan yang menunjukkan besarnya persentase perubahan reaksi konsumen pada produsen (untuk membeli atau menjual jumlah barang dan jasa) dibandingkan dengan persentase perubahan faktor tertentu yang mempengaruhi disebut dengan koefisien elastisitas (Sumarsono, 2007).

Elastisitas permintaan (*elasticity of demand*) yaitu tingkat kepekaan perubahan permintaan terhadap perubahan harga dan pendapatan. Elastisitas permintaan dapat diartikan sampai dimana responsifnya perubahan permintaan sebagai akibat dari perubahan faktor-faktor penentu permintaan (Nugroho, 2003). Koefisien elastisitas barang yang satu dengan yang lain tidak sama besar, tergantung dari sifat dan keadaan barang tersebut. Menurut Rahardja dan Manurung (2001) beberapa faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan antara lain :

1. Ada tidaknya barang substitusi, semakin banyak barang substitusi maka koefisien elastisitas semakin besar

2. Macam penggunaan barang tersebut, semakin banyak suatu barang dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan maka semakin besar koefisien elastisitasnya
3. Perbandingan harga suatu barang relatif membutuhkan sebagian pendapatan konsumen maka akan semakin besar elastisitasnya.

Elastisitas permintaan meliputi elastisitas harga (*price elasticity*), elastisitas pendapatan (*income elasticity*), dan elastisitas silang (*cross elasticity*). (Noviasri, 2014).

2.4.1. Elastisitas Harga

Elastisitas harga permintaan adalah persentase perubahan jumlah yang diminta atas suatu barang ($\Delta Q/Q$) yang disebabkan oleh perubahan harga barang sebesar 1 persen ($\Delta P/P$) dengan asumsi *ceteris paribus* (Nugroho, 2003). Nilai elastisitas permintaan terhadap harga merupakan hasil bagi antara persentase perubahan harga. Nilai yang diperoleh tersebut merupakan suatu besaran yang menggambarkan sampai berapa besarkah perubahan jumlah komoditas yang diminta apabila dibandingkan dengan perubahan harga (Sugiarto, 2005).

Pada umumnya elastisitas harga dari permintaan di setiap titik pada kurva permintaan yang menurun dari kiri atas ke kanan bawah akan berbeda beda dan bernilai negatif, tetapi dalam mengukur elastisitas harga biasanya diambil nilai mutlaknya sehingga nilai elastisitas harga paling kecil nol dan paling besar tak terhingga (Sumarsono, 2007). Menurut Sugiarto (2005) elastisitas terdiri dari beberapa macam diantaranya :

1. $E_p > 1$ disebut elastis. Permintaan terhadap suatu barang dikatakan elastis bila perubahan harga suatu barang menyebabkan perubahan permintaan yang besar. Contoh barang elastis adalah barang – barang kebutuhan mewah.
2. $E_p < 1$ disebut inelastis. Perubahan permintaan (dalam persentase) lebih kecil daripada perubahan harga, biasanya barang – barang yang inelastis adalah kebutuhan pokok atau primer.
3. $E_p = 1$ disebut *unitary* elastis. Artinya jika harga naik 10%, permintaan turun 10% dan biasanya terjadi pada barang sekunder.
4. $E_p = 0$ disebut inelastis sempurna dimana kondisi inelastis sempurna terjadi apabila tingkat permintaan terhadap suatu barang tidak berubah sama sekali atau 0 walaupun harga barang berubah. Kurva permintaan yang koefisien elastisitasnya bernilai nol bentuknya adalah sejajar dengan sumbu tegak. Barang yang memiliki elastisitas 0 adalah kebutuhan tanah atau air minum.
5. $E_p = \infty$ disebut elastis sempurna yaitu pada suatu harga tertentu pasar sanggup membeli semua barang yang ada di pasar. Berapa pun banyaknya barang yang ditawarkan oleh para penjual pada harga tersebut, semuanya akan dapat terjual. Hal ini biasanya terjadi pada barang kebutuhan dunia. Kurva permintaan yang koefisien elastisitasnya adalah tidak terhingga berbentuk sejajar dengan sumbu datar.

2.4.2. Elastisitas Silang

Elastisitas silang merupakan koefisien yang menunjukkan sampai dimana besarnya perubahan permintaan terhadap suatu barang apabila terjadi perubahan

terhadap harga barang lain. Apabila perubahan barang Y menyebabkan permintaan barang X berubah, maka sifat perhubungan diantara keduanya. Menurut Sumarsono (2007) secara matematis elastisitas silang dapat dirumuskan :

$$E_{xy} = \frac{\Delta Q_x / Q_x}{\Delta P_y / P_y} \times \frac{\Delta Q_x}{\Delta Q_y} \times \frac{P_y}{Q_x}$$

E_{xy} = Koefisien elastisitas barang x

Q_x = Kuantitas barang x

P_y = Harga barang y

Konsep elastisitas harga silang digunakan untuk meneliti daya tanggap permintaan suatu barang terhadap perubahan dalam perubahan harga barang lainnya. Nilai elastisitas silang berkisar di antara tak terhingga yang negatif kepada tak terhingga yang positif. Barang-barang pelengkap elastisitas silangnya bernilai negatif dan jumlah barang X yang diminta berubah ke arah yang bertentangan dengan perubahan harga barang Y (Noviasri, 2014).. Nilai elastisitas silang untuk barang-barang pengganti adalah positif, yaitu permintaan terhadap suatu barang berubah ke arah yang bersamaan dengan harga barang penggantinya (Sukirno, 2001).

2.4.4 Elastisitas Pendapatan

Permintaan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh harga namun dipengaruhi oleh pendapatan konsumen. Reaksi konsumen yang timbul karena perubahan tersebut dinamakan elastisitas pendapatan. Elastisitas pendapatan adalah persentase perubahan jumlah barang yang diminta disbanding dengan persentase

perubahan pendapatan riil konsumen (Sukirno, 2001). Menurut Pracoyo (2006) secara matematis elastisitas pendapatan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$E_m = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta M/M} \times \frac{\Delta Q}{\Delta M} \times \frac{M}{Q}$$

Besarnya elastisitas tersebut memiliki makna yang berbeda yang menunjukkan sifat barang yang dihitung elastisitasnya. Apabila elastisitas pendapatan bernilai positif maka barang tersebut bersifat normal (untuk barang mewah umumnya $E_m > 1$ (Noviasri, 2014). Apabila elastisitas pendapatan nol maka barang tersebut bersifat *income independent* (untuk barang yang tidak berubah sesuai pendapatannya, misalnya kebutuhan pokok atau umumnya nilai $E_m < 1$. Apabila elastisitas pendapatan bernilai negatif maka barang tersebut bersifat giffen (untuk barang yang berhubungan terbalik dengan pendapatan dan memiliki nilai $E < 1$) (Nugroho, 2003).

2.5. Teori Konsumsi

Konsumsi merupakan pengeluaran total untuk memperoleh barang dan jasa dalam suatu perekonomian dalam jangka waktu tertentu. Konsumsi adalah semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Pracoyo, 2006). Konsumsi merupakan fungsi dari pendapatan siap pakai (*disposable income*). Perilaku masyarakat membelanjakan sebagian dari pendapatan untuk membeli sesuatu disebut dengan pengeluaran konsumsi. Sehingga fungsi konsumsi menunjukkan hubungan antara tingkat pengeluaran konsumsi dengan tingkat pendapatan yang siap dibelanjakan (Budiono, 2001).

Tindakan konsumsi dilakukan setiap hari oleh siapapun untuk mendapatkan tingkat kepuasan yang tinggi dan mencapai tingkat kemakmuran dalam arti terpenuhi berbagai macam kebutuhan, baik kebutuhan pokok maupun sekunder, barang mewah maupun kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani (Nugroho, 2003). Tingkat konsumsi memberikan gambaran tingkat kemakmuran seseorang atau masyarakat. Semakin tinggi tingkat konsumsi maka semakin naik pula tingkat kemakmuran (James, 2001).

2.6. Pengertian Konsumen

Pelaku ekonomi merupakan pihak-pihak yang melakukan kegiatan ekonomi. Secara garis besar, pelaku ekonomi dapat dikelompokkan menjadi lima pelaku, yaitu rumah tangga, perusahaan, koperasi, masyarakat, dan negara. Setiap pelaku ekonomi ada yang berperan sebagai produsen, konsumen, atau distributor (James, 2001). Salah satu pelaku ekonomi yang memegang peran penting adalah konsumen. Kotler (2008) menjelaskan bahwa konsumen merupakan seorang individu ataupun kelompok yang berusaha untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan sebagai pemenuhan kebutuhan pribadi atau kelompok.

Konsumen terbagi menjadi konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen individu diartikan sebagai pribadi yang membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri atau sebagai pemenuhan kebutuhan anggota keluarga (Sudarsono, 2007). Konsumen organisasi seperti organisasi bisnis, yayasan, lembaga sosial, kantor pemerintah dan lembaga lainnya adalah konsumen yang melakukan pembelian produk peralatan dan jasa-jasalainnya untuk menjalankan seluruh kegiatan dalam organisasinya (Sukirno, 2004).

2.7. Rumah Tangga Konsumen

Rumah tangga konsumen adalah pelaku ekonomi yang terdiri atas ayah, ibu, anak, dan anggota keluarga lainnya. Rumah tangga keluarga termasuk kelompok pelaku ekonomi yang cakupan wilayahnya paling kecil. Tingkat pendapatan rumah tangga merupakan salah satu faktor penting dalam melakukan pengeluaran konsumsi rumah tangga (Sukirno, 2001). Pengeluaran rumah tangga atas barang dan jasa dilakukan untuk memenuhi kebutuhannya. Pendapatan yang diterima rumah tangga akan digunakan untuk membeli kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Selain itu juga untuk membayar biaya pendidikan, membayar sewa rumah dan membeli kendaraan (Budiono, 2001).

Kegiatan rumah tangga untuk membeli rumah digolongkan sebagai investasi. Pengeluaran untuk membayar asuransi dan tidak digolongkan sebagai konsumsi karena ia tidak merupakan perbelanjaan terhadap barang atau jasa yang dihasilkan dalam perekonomian (Sukirno, 2004). Rumah tangga ada yang bertempat tinggal di pemukiman, salah satunya di Perumahan Nasional (Perumnas). Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 83 Tahun 2015 tentang Perusahaan Umum (Perum) Pembangunan Perumahan Nasional. Perumnas dibangun seiring dengan peningkatan pembangunan di kota-kota Indonesia. Perkembangan dan pertumbuhan suatu kota terjadi karena adanya proses urbanisasi. Perkembangan dan pertumbuhan yang semakin pesat ini berdampak pada alih guna lahan salah satunya yaitu pembangunan Perumnas.

2.8. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengandung informasi yang berkaitan dengan faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan cabai merah keriting sehingga dapat dijadikan referensi penelitian ini. Berikut adalah penelitian terdahulu mengenai permintaan cabai :

Tabel 1. Penelitian – Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil
1	Weiny Balqis Ketura (1996)	Analisis Permintaan Cabai di Indonesia	1.Menganalisis fungsi permintaan cabai. 2.Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai	harga cabai, pendapatan, harga beras, harga cabai botol, dan jumlah penduduk	Metode analisis yaitu metode desriptif dan kuantitatif. Data diolah dengan paket program ekonometrik SHAZAM	Permintaan cabai sebagai konsumsi langsung rumah tangga terutama dipengaruhi oleh selera, selain itu juga dipengaruhi oleh harga cabai, tingkat pendapatan, harga beras, harga cabai botol, dan jumlah penduduk
2	Lasdarwanto (1999)	Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai di Jawa Tengah	Mengetahui penyebab terjadinya fluktuasi harga cabai	Pendapatan per kapita, jumlah penduduk, dan harga cabai.	Metode yang digunakan adalah analitis deskriptif dan analisis regresi berganda	Faktor – faktor yang mempengaruhi adalah harga cabai dan jumlah penduduk. jumlah penduduk merupakan variabel yang paling berpengaruh

Tabel 1. Penelitian – Penelitian Terdahulu (lanjutan)

No	Peneliti	Judul	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil
3	Dewi Sahara (2005)	Analisis Permintaan Cabai Merah di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah	Mengetahui pengaruh faktor – faktor sosial dan ekonomi terhadap permintaan cabai merah di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah	Harga cabai dan pendapatan, dan jumlah penduduk.	Penelitian ini menggunakan metode dasar deskriptif analitis dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda	Harga cabai, pendapatan, dan jumlah penduduk secara serempak mempengaruhi permintaan akan cabai merah yang ada di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.
4	Manda H (2006)	Analisis Permintaan Cabai (<i>Capsicum</i> spp.) oleh Restoran Padang di Kota Bogor	Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan cabai oleh Restoran Padang di Kota Bogor.	Harga, omzet penjualan, proporsi belanja cabai terhadap total belanja, dan jumlah masakan	Regresi Berganda	Faktor-faktor yang secara nyata mempengaruhi permintaan cabai merah adalah harga, omzet penjualan, proporsi belanja cabai terhadap total belanja, dan jumlah masakan.

Tabel 1. Penelitian – Penelitian Terdahulu (lanjutan)

No	Peneliti	Judul	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil
5	Tria Rosana Dewi (2009)	Analisis Permintaan Cabai Merah (<i>Capsicum annuum</i> L) di Kota Surakarta	1.Menganalisis faktor – faktor seperti harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting, harga bawang merah, jumlah penduduk, dan pendapatan per kapita yang mempengaruhi permintaan cabai merah besar di Kota Surakarta 2.Menganalisis elastisitas permintaan cabai merah besar di Kota Surakarta	Harga cabai merah besar, harga cabai merah keriting, harga bawang merah, jumlah penduduk, dan pendapatan per kapita per Tahun	Analisis regresi linier berganda dalam bentuk Ln	1.Hasil analisis uji F dan uji t menunjukkan semua variabel secara bersama – sama berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai merah di Kota Surakarta. 2.Analisis elastisitas permintaan cabai merah di kota Surakarta bersifat inelastis.

Tabel 1. Penelitian – Penelitian Terdahulu (lanjutan)

No	Peneliti	Judul	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil
6	Trisni Noviasari (2014)	Permintaan Konsumen Rumah Tangga Terhadap Cabai Merah di Kecamatan Coblong Kota Bandung	1.Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan rumah tangga terhadap cabai merah di Kecamatan Coblong Kota Bandung. 2. Menganalisis respon rumah tangga terhadap permintaan cabai merah akibat perubahan harga dan pendapatan.	Harga cabai merah, jumlah anggota keluarga, frekuensi pembelian, pendapatan rumah tangga, <i>dummy</i> suku, <i>dummy</i> preferensi terhadap pedas, dan <i>dummy</i> tempat pembelian.	analisis data dilakukan dengan analisis kualitatif dan analisis kuantitatif menggunakan <i>Microsoft excel</i> dan <i>software SPSS 16 for windows</i>	1.Hanya harga cabai merah dan jumlah anggota keluarga yang signifikan pada tingkat kepercayaan 99%. 2.Respon permintaan terhadap perubahan harga bersifat elastis.

Tabel 1. Penelitian – Penelitian Terdahulu (lanjutan)

No	Peneliti	Judul	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil
7	Kartika Putri Satriana (2015)	Analisis Permintaan Cabai Merah Besar Usaha Restoran di Jakarta Selatan	1.Menganalisis karakteristik usaha restoran (Restoran Padang, Restoran Sunda, dan Restoran Ayam) di Jakarta Selatan. 2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai merah besar usaha restoran (Restoran Padang, Restoran Sunda, dan Restoran Ayam) di Jakarta Selatan.	Harga cabai merah besar, harga jual rata – rata masakan yang menggunakan cabai merah besar, harga beras, harga gula pasir, harga minyak goreng, rata – rata penerimaan restoran, dan <i>dummy</i> skala usaha	Analisis deskriptif. kemudian analisis model regresi linier berganda	1. Sebagian besar dari ketiga jenis sampel usaha restoran berada pada skala usaha besar. Sebagian besar dari ketiga jenis sampel usaha restoran menggunakan cabai merah besar dan cabai merah keriting yang dikombinasikan untuk bahan masakannya 2. Hampir semua variabel berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai merah besar usaha Restoran di Jakarta

Berdasarkan Tabel 1. penelitian – penelitian tersebut menjelaskan mengenai permintaan cabai merah. Sama halnya dengan penelitian sebelumnya, penelitian kali ini juga fokus pada komoditas cabai merah namun peneliti lebih menspesifikasikan jenis cabai merah dengan memilih cabai merah keriting sebagai objek penelitian. Perbedaan lain juga terdapat pada subjek penelitian dimana subjek penelitian adalah konsumen rumah tangga. Tujuan yang ada dalam penelitian ini hamper sama dengan penelitian – penelitian terdahulu yaitu menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan rumah tangga terhadap cabai merah keriting dan menganalisis elastisitas permintaan cabai merah keriting. Variabel yang digunakan pada penelitian kali ini juga memiliki perbedaan yaitu dengan memasukkan variabel harga cabai rawit hijau, dan harga tomat yang tidak terdapat pada penelitian sebelumnya. Metode yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dan uji elastisitas.